

Анализ ЦА

Демографические данные:

- **Возраст:** 18-45 лет
- **Соотношение полов:** 80% мужчин, 20% женщин
- **Средний доход:** 30,000–80,000 рублей в месяц
- **Краткое описание образа жизни:** ведут активную, но зачастую напряженную жизнь. Они часто сталкиваются с финансовыми трудностями, связанными с неожиданными расходами или долговыми обязательствами. Часто работают в сфере услуг, строительства, транспорта или малом бизнесе. Многим из них необходим быстрый доступ к деньгам для покрытия непредвиденных расходов, таких как медицинские счета, ремонт автомобилей или помощь близким.

Болевые ситуации:

- **3-5 ключевых болевых ситуаций:**
 1. Срочная необходимость в деньгах после неожиданного ремонта автомобиля.
 2. Угроза ареста собственности из-за долгов.
 3. Семья или близкие нуждаются в срочной помощи, но нет средств.
 4. Не дали кредит в банке, отказ в займе, отсутствие других вариантов.
 5. Необходимость продать имущество, чтобы получить деньги, но время поджимает.

Эти ситуации можно использовать, когда будем планировать тексты рекламных объявлений.

- **Топ-5 самых мощных эмоций вокруг этих проблем:**
 1. **Страх** — что не получится найти решение и проблемы усугубятся.
 2. **Гнев** — на себя или систему, которая не дает быстрых решений.
 3. **Тревога** — за будущее, за свою финансовую стабильность.
 4. **Разочарование** — в том, что приходится идти на крайние меры.
 5. **Надежда** — на решение проблемы с помощью ломбарда.

Эти эмоции можно использовать, когда будем планировать тексты рекламных объявлений.

- **Топ-5 самых больших страхов о том, как проблема может усугубить жизнь:**

1. Потеря автомобиля или имущества, которое является единственным источником дохода.
2. Столкновение с долгами, которые растут с каждым днем.
3. Утрата доверия близких из-за финансовых трудностей.
4. Потеря работы или источника дохода.
5. Не возможность заплатить за медицинские нужды или другие важные расходы.

Эти страхи можно использовать, когда будем планировать тексты рекламных объявлений.

- **5 способов, как эти страхи влияют на ключевые отношения в жизни клиента:**

1. Проблемы с деньгами часто приводят к стрессу в отношениях с партнером.
2. Проблемы с финансами могут вызвать конфликт с родными, если приходится брать деньги в долг.
3. Усталость и нервозность из-за финансовых проблем приводят к ухудшению отношений с друзьями и коллегами.
4. Стыд из-за финансовых затруднений мешает общаться с близкими.
5. Неспособность обеспечить семью финансово вызывает чувство вины.

Эти влияния можно использовать, когда будем планировать тексты рекламных объявлений.

- **5 разговорных, но очень болезненных фраз, которые могут услышать клиенты от других людей относительно этой проблемы:**

1. "Почему ты не можешь заработать деньги?"
2. "Если ты не хочешь решить это, значит, ты не заботишься о нас."
3. "Ты же мужчина, ты должен быть сильным."
4. "Ты ведь всегда говоришь, что все будет хорошо, но ничего не меняется!"
5. "Как ты собираешься выходить из этого без чьей-то помощи?"

Эти фразы можно использовать, когда будем планировать тексты рекламных объявлений.

Препятствия и мифы на пути к решению проблемы:

- **3-5 ключевых препятствий:**

1. Неверие в возможность быстрой и простой сделки.
2. Страх отдать ценный актив в залог.
3. Неудобство обращения в ломбард (смущение, стереотипы).
4. Предположение, что процентные ставки слишком высокие.

5. Негативный опыт обращения в другие финансовые учреждения.

- **Мифы:**

1. "Ломбарды — это только для бедных или мошенников."
2. "Если отдам машину в ломбард, никогда не смогу выкупить её назад."
3. "Проценты настолько высокие, что потом придется отдавать втридорога."

Прошлый опыт решения проблемы:

- **Что пробовали в прошлом:**

1. Обращались в банк за кредитом.
2. Продавали вещи для быстрого получения денег.
3. Брали деньги в долг у друзей/родных.
4. Пробовали кредитные карты или микрозаймы.
5. Ищут решение через онлайн-лендинг и займы.

- **Что не получилось:**

1. Банк отказал из-за плохой кредитной истории.
2. Продажа имущества была слишком сложной или временно неудобной.
3. Были трудности с возвратом долгов родным.
4. Ставки по микрозаймам оказались слишком высокими.
5. Онлайн-займы не решали проблему быстро или эффективно.

“Волшебная трансформация”:

- **Идеальное решение:** Быстрое получение займа под залог автомобиля или золота с минимальными процентами, без лишних документов и скрытых условий.
- **Как это повлияет на жизнь:** Успокоение, уверенность в завтрашнем дне, возможность снять финансовое напряжение и вернуть контроль над ситуацией.

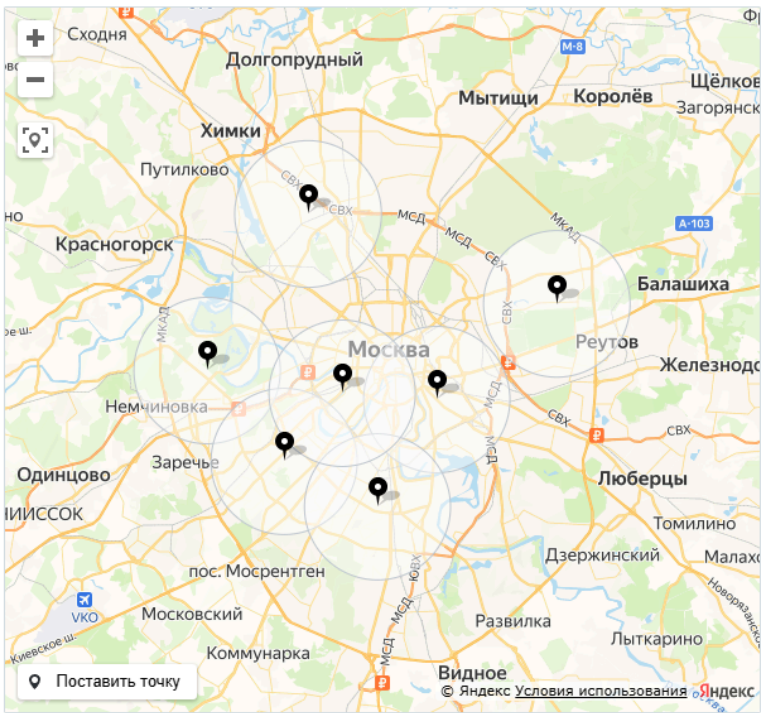
Примеры офферов в рекламе:

- "Не уппусти шанс! Ты можешь сохранить автомобиль и получить деньги на лечение — это быстрый, безопасный и выгодный способ решить проблему прямо сейчас!"
- "Не хочешь терять автомобиль, но лечение не ждет? Получи нужную сумму за 1 день, сохрани свою машину и реши финансовую проблему!"
- "Срочно нужно погасить микрозаймы? Получи деньги под залог и забудь про штрафы и звонки коллекторов!"
- "Налоги или штрафы не ждут! Получи деньги под залог и погаси все задолженности без проблем и задержек!"
- "Сломалась стиральная машина или холодильник? Получи деньги под залог и сделай покупку или ремонт без задержек!"

Офферы написаны с позиции ситуаций, в которых оказался наш потенциальный клиент.

Медиаплан

гео - точки, вокруг ломбардов



Прогноз показателей

Таргетинг	Охват	Кол-во показов на пользователя (в сутки)	Показы в сутки максимум	CTR %	Клики в сутки максимум	Цена клика прогноз	Прогноз бюджета в сутки
Кредиты и займы	96 000	3	288 000	0,10%	288	60	17 280
Потреб кредиты	750	3	2 250	0,10%	2	90	203
Микрозаймы	550	3	1 650	0,10%	2	90	149

Кредитные карточки	1 100	3	3 300	0,10%	3	90	297
Поисковые запросы	15 000	3	45 000	0,20%	90	100	9 000
Итого	113 400				385		26 928

Прогноз бюджета: это ориентировочный предел, который отражает максимально возможный бюджет для данного рынка. Он служит как ориентир, не обязывая вас строго придерживаться этой суммы — это верхняя планка для планирования.

Прогноз цены клика: мы основываемся на многолетнем опыте работы с различными нишами, что позволяет нам предоставить объективный прогноз стоимости клика, отражающий реалии и особенности рынка.

Количество аудитории на старте: на начальной стадии ваша аудитория будет максимальной. Однако со временем количество пользователей, взаимодействующих с вашим объявлением, будет сокращаться, поскольку часть из них будет использовать кнопку "скрыть" при повторных показах.

Прогноз показов: Этот показатель отражает максимально возможное количество показов для данного рынка, устанавливая предел для того, сколько раз ваше объявление может быть продемонстрировано аудитории.